

Obsah

Předmluva	11
1. Nejdůležitější osoba v podniku	13
2. ...a pak šálek kávy?	14
3. Nápad s tandemovým kolem	15
4. Takto se lákají do obchodu prázdninová hosté	16
5. Tablety se zapíjejí vodou	17
6. Nikdy nespouštějte zákazníka z očí	18
7. Maloobchodní firmy by měly navenek „zářit“	19
8. ...a tady máme jeden „cenově výhodný kabát“	20
9. Třístupňová demonstrační technika	21
10. „Neuříznu si kvůli tomu prst!“	22
11. Prodávajte nápady podporující prodej	23
12. „No a, ... já za to přece nemůžu!“	24
13. Odvaha k odmlce	25
14. „Máte před sebou skoro celou Evropu!“	26
15. Pohlednice přivádějí zákazníky do obchodu	27
16. Tady se může občerstvit každý pes!	29
17. Signál ohlašující rozhodnutí zákazníka nakupovat	30
18. Kdo prodává ta nejkrásnější jablka?	31
19. Maloobchodníci by měli myslet na zákazníky	32
20. „Moje babička se zajímá o bylinkové čaje“	33
21. Nabízet doplňkové výrobky – ale jak?	34
22. ...a pár bot je zadarmo!	35
23. Dekorace výloh – aktuálně	36
24. Děti mohou zvýšit poptávku po vašem výrobku	37
25. Benzinové hadice ARAL prodávají víc oleje	38
26. Don't ask „if“ but „which“	39
27. Místo slov nechte mluvit tělo	40
28. Používejte při prodeji symboly připomínající zapomenuté	41
29. Co byste řekli úsporné láhvi?	42
30. Oblečte si na chvíli tento kabát!	43
31. Život je příliš krátký na to, abyste pili laciné víno	44
32. Zákazník, který jen zřídka něco řekl	45
33. „Nemáme!“	46
34. Výlohy se podílejí na prodeji knih	47

35. Dárkové knižní poukázky se vyplatí	48
36. Máte jídelní lístek?	49
37. Ve Wyku na Föhru mají okurkové hody	51
38. Vy máte ale drahý oblek!	52
39. Alkohol rozveseluje	53
40. Zubní pasta a... ..	55
41. Dávejte pozor na signály ohlašující rozhodnutí zákazníka nakupovat!	56
42. Znáte slova důležitá pro prodej?	58
43. Roy prodal všechno!	60
44. Kontakt pohledem při práci s nabídkovým katalogem	61
45. Freiburský prodavač jen rozdává prospekty	63
46. Začněte ve velkém	64
47. Muž u rýsovacího prkna – ten, který ovlivňuje	65
48. Okenní tabulky pomáhají prodávat „zázračné prostředky na mytí“	66
49. Mírné nahnání strachu jako způsob zahájení rozhovoru se zákazníkem	67
50. Škoda, že dobré nápady často ztroskotávají na nedostatku financí	68
51. I prodejci automobilů musí umět vzít za práci	69
52. Kdo se dobře ptá, dostane dobrou odpověď	70
53. Dobří prodavači mají na zřeteli skutečný užitek svých zákazníků	71
54. Zahájení rozhovoru u šálku kávy	73
55. Na pana de Haase nezapomeneme	74
56. Zákazník mi z vděčnosti věnoval rýč	75
57. „Postavte čísla na hlavu“	76
58. Jak si můžete pohrát s rabatem	77
59. Jak vlastně chutná vaše pivo?	78
60. Humorné přehánění – klíč k prodejnímu úspěchu	79
61. Nové cesty přinášejí nový obrat – etapové plánování	80
62. Nejdříve vůbec o obchodě nemluví	81
63. „Polední ptáče dál doskáče“	82
64. Nenechávejte nikdy viset cenu ve vzduchu	83
65. Nebral bych si žádné velké množství!	84
66. Dobrá kvalita – to říká každý!	86

67. Struhadlo na čokoládu je určeno pro jiného zákazníka!	87
68. Čas nemáme, ten si musíme udělat!	88
69. Vyjmenujte pět důvodů, proč by zákazníci měli kupovat právě u vaší firmy!	89
70. Esence jsou prodávány pomocí receptů (reklamní technika).....	90
71. Umění lépe „prodávat sám sebe“ a své nápady	91
72. Umíte působivě předvádět?	92
73. Takhle se prodávají nákladní auta Mercedes-Benz	93
74. Zpívající terénní zaměstnanec	94
75. Neodmítejte pozvání!	95
76. Zákazníci, kteří se dívají směrem ke zdi, kupují víc!	96
77. Začněte s oblíbeným zákazníkem	97
78. Barevné fixy přispívají ke srozumitelnosti	98
79. Proč odpovídáte na otázku vždy nějakou otázkou?	99
80. Nechte si kolekci za zády	100
81. Zákazníci dnes naslouchají čím dál méně!	101
82. První věta může být poslední	102
83. Potřebujete tašku?	104
84. Ukrytá plechovka vzbuzuje pozornost	105
85. S poctivostí nejdál dojdeš	106
86. Spojte práci ve firmě s prací v terénu	107
87. Sprej proti mouchám se prodává už v zimě	108
88. Můžete mi pomoci?	109
89. Se zajímavě vytvořenými vizitkami dosáhnete více ..	110
90. „Budete-li spokojeni se vzorkem“	111
91. Psychologie je dobrá – jednoduchá základní pravidla jsou lepší	112
92. Mnozí prodavači trpí stále častěji záchvaty strachu ..	114
93. Nedostatečná organizace a plánování jsou hlavními důvody selhání prodavačů	115
94. Komplikované popisy se těžko pamatují.....	117
95. Žluté formuláře dojdou rovnou k šéfovi	118
96. Stále častěji se nakupuje centrálně	119
97. Výzdoba stěn v kanceláři prozradí mnohé	120
98. „Vyzbrojte“ referenty v reklamacích	121
99. Prodávat více pomocí objednávky na zkoušku	122

100. Snažte se vymanit z cenového srovnání	123
101. Návštěva zákazníka v nemocnici	124
102. Nejlepší zákazníci sedí možná v sauně	125
103. Mým největším problémem je má vlastní firma	126
104. Zajistěte si větší obrat vyškolením obchodníků	127
105. Pozvěte někdy zákazníka do restaurace!	128
106. Využijte výhod prodeje po telefonu	129
107. Nejdříve myslet, pak telefonovat	131
108. Několik největších chyb při telefonování	132
109. Prodej po telefonu pro zaměstnance uvnitř firmy a zaměstnance v terénu	133
110. Zásady úspěšného oslovení zákazníka po telefonu	134
111. Metoda pro devadesátá léta	136
112. Znáte „metodu pokyvování hlavou“?	137
113. Také malé inzeráty přinášejí úspěch	138
114. Hlavní věc	139
115. O 300 % vyšší obrat vína díky chytré technice otázek	140
116. ...a jeden dolar na reklamu	141
117. Přímá linka – ve dne v noci	142
118. Důležitou otázkou je kontrolní otázka	143
119. Vyhněte se negativním formulacím	144
120. Potiskneme vaše utěrky vaším jménem – zadarmo!	146
121. Ukázkové předměty pomáhají přesvědčovat	147
122. Rétorické formulace pro vyřizování reklamací	148
123. Nejlepší počítač vám sedí na ramenou	149
124. „Prosím hned vystříhněte a pošlete...“	150
125. Větší obrat pomocí zvláštních služeb nákupčím	151
126. Na cenu rychle zapomenete – kvalita zůstane!	152
127. Jména jsou důležitá	153
128. Služby zákazníkům – psáno velkým písmem	154
129. Také u vás není „nikdo kompetentní“?	155
130. Za uniformou se skrývá člověk – ale jaký?	156
131. Obchodní kontakt přináší kontaktní obchod	157
132. Bezplatná školení přinášejí úspěch	159
133. Rychlejší vyřizování objednávek přináší větší obrat	160
134. Zboží je vyprodáno	161
135. Řezbáři dělají chyby	162

136. Apelovat na potřeby prestiže	163
137. Čas k přemýšlení – tvůrčí přestávka	164
138. Často jsou vašimi telefonními partnery „mrzutí lidé“?	165
139. Service après vente	166
140. Při prodeji používejte názorné pomůcky	167
141. Nechte se doporučit dál	168
142. Reklamní nápady ve vlacích Intercity	169
143. Fotografie prodávají více	170
144. „Máte počkat venku...“	171
145. Vyřizuj obyčejné úkoly neobyčejně dobře!	172
146. Výrobky jsou si stále podobnější	173
147. Vytrvalost je tajemství úspěšných	174
148. Problémy se zaparkováním vás připravují o zákazníky	175
149. Fenik pro štěstí vám přinese hodně štěstí	176
150. „Tak tak“ nahradí přímé zaujetí stanoviska	177
151. Medicinmani v Africe prodávají nápady	178
152. Šaty dělají člověka	179
153. Využijte optimálně čekací dobu	180
154. Myslete s papírem v ruce	181
155. K jaké „rychlostní skupině“ patříte?	182
156. Jaká cesta vede do Mekky?	183
157. Každý je zodpovědný za svou tvář	184
158. Tady jsou klíčky od auta!	185
159. Smím vám poradit?	186
160. Tajemství „hrdinů prodeje“	187
161. Slovo „nové“ zůstane nové!	189
162. Je nejdůležitějším slovem opravdu slovo obrat?	190
163. Malá abeceda umění formulovat	191
164. Abecední seznam hesel	194
165. Pracovní techniky a metody	206
166. A teď něco pro zasmání... ..	211
 Přehledný rejstřík podle oborů	213